

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam adalah agama yang disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW untuk disampaikan serta diteruskan kepada seluruh umat manusia yang mengandung ketentuan-ketentuan keimanan (aqidah) dan ketentuan-ketentuan ibadah, dan proses terbentuknya kata hati. Islam diturunkan di tanah kelahiran yang memiliki aktifitas ekonomi yang tinggi.

Dengan bekerja setiap individu dapat memenuhi setiap hajat hidupnya, keluarga dan berbuat baik kepada kaum kerabatnya, memberikan kepada yang membutuhkan, ikut berpartisipasi bagi kemaslahatan umat, berinfak di jalan Allah dalam menegakkan kalimat-Nya¹. Ini semua merupakan keutamaan yang sangat dijunjung tinggi oleh Islam, yang mungkin tidak bisa dilakukan kecuali dengan kekayaan yang dimiliki. Sementara itu tidak ada jalan untuk mendapatkan kekayaan (harta) kecuali dengan usaha dan bekerja. Salah satu bentuk muamalah yang tata cara pelaksanaannya diatur dalam Islam adalah masalah jual beli.

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati².

¹ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 24

² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 35

Proses perekonomian masyarakat sebagian besar ditopang dalam sebuah proses jual beli dan hal ini terjadi dalam suatu pasar-pasar tradisional dan pedagang-pedagang. Namun pada masa sekarang ini para pedagang seringkali dalam proses jual beli lebih cenderung berkurang jika dibandingkan pada masa dimana belum dibukanya pasar-pasar modern atau supermarket dan minimarket yang cenderung mematikan proses perekonomian pedagang-pedagang. Tentunya perbandingan ini dipengaruhi karena fasilitas pelayanan dan tempat lebih nyaman dan dijamin ketertibannya jika dibandingkan dengan berbelanja pada pedagang biasa.

Nabi Muhammad SAW menyebarkan agama Islam dengan cara berdagang, beliau telah memulai pengalaman dagangnya sejak usia 12 tahun³. Seorang pedagang professional yang selalu menjunjung tinggi kejujuran⁴.

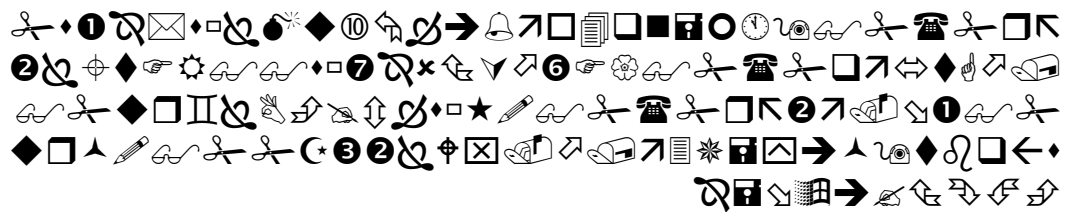
Berdagang adalah aktifitas yang paling umum, untuk itu teks-teks Al-Quran selain memberikan stimulasi imperatif untuk berdagang, dilain pihak juga mencerahkan aktifitas tersebut dengan sejumlah rambu atau aturan main yang bisa diterapkan dalam upaya menegakkan kepentingan semua pihak, baik individu ataupun kelompok. Dan sampai sekarang banyak orang mencari rezeki dengan cara berdagang.

Perdagangan merupakan salah satu aspek kehidupan yang bersifat horizontal dengan sendirinya dapat berarti ibadah karena memberi kemudahan

³ Akhmad Mujahiddin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Ed-1, h.157

⁴ P3EI UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), Ed-1, h. 302

kepada orang yang membutuhkan⁵. Disamping itu, usaha perdagangan dalam ekonomi Islam merupakan usaha yang mendapatkan penekanan khusus, karena keterkaitannya secara langsung dengan sector riil⁶. Islam juga sangat menekankan usaha-usaha produktif. Al-Quran sendiri dalam surat Al-Jumu'ah ayat 10 telah menegaskan bahwa :



Artinya: *“apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”*

Sejarah membuktikan bahwa manusia harus hidup berekonomi di dunia ini adalah sifat dasar manusia, karena semua keperluan manusia dalam hidup saling bergantung satu sama lain⁷. Umat Islam sendiri dengan jelas menyebutkan bahwa perdagangan merupakan salah satu sector terpenting sumber kemakmuran masyarakat madani pada zaman Rasulullah dan zaman Khulafaur Ar-Rosoidin⁸.

Tidak semua perdagangan dibolehkan, hanya darinya yang tidak dibenarkan oleh agama, baik karena cara-cara pelaksanaannya ataupun jenis

⁵ Bukhari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: CV. Alfabeta. 1994), Cet. Ke-2, h. 75

⁶ Umi Karomah, Yaumidin, *Sistem Fiscal Tanpa Bunga (Teori Ekonomi Dalam Islam)*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), h.74

⁷ Abdullah Siddik Al-Haji, *Inti Dasar Hukum Dagang Dalam Islam*, (JAKarta; Balai Pustaka, 1993), cet ke-1, h. 45

⁸ Adiwarman Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Internasional Institute of Islamic Thought, 2002), Cet ke-1, h. 124

barang yang diperdagangkannya. Karena dalam Islam tujuan dari seseorang berdagang bukanlah semata-mata untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan. Keberkahan usaha adalah kemantapan dari usaha itu sendiri dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan di ridhai oleh Allah SWT⁹.

Dalam suatu usaha banyak terdapat persaingan, persaingan ini harusnya dipandang positif dan sangat esensial dalam dunia usaha, dengan persaingan para pelaku usaha akan berlomba-lomba untuk terus-menerus memperbaiki produk yang dihasilkan untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Dari sisi konsumen, mereka akan mempunyai pilihan dalam membeli produk dengan harga murah dan berkualitas. Seiring berjalannya usaha, para pelaku usaha mungkin lupa bagaimana bersaing dengan sehat sehingga terjadi persaingan tidak sehat.

Minimarket sebenarnya adalah semacam toko kelontong yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan system swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang dia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya di kasir.

Persebaran minimarket pada satu sisi memiliki dampak yang baik, hal ini dibuktikan adanya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan menciptakan investasi, namun disisi lain hal ini dapat menyebabkan kelesuan para pedagang menengah, bahkan ada yang mematikan usaha mereka. Kehadiran pasar modern tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan

⁹ Burhanuddin, *Etika Individu Pola Dasar Pilsafat Moral*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), h. 202

pedagang menengah. Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial di antara para pelaku perdagangan. Membuat pedagang kios kecil semakin terpuruk bahkan mati karena tergerus keberadaan minimarket yang menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik dan nilai plus lainnya bila dibandingkan dengan apa yang ditawarkan oleh pedagang menengah. Terlebih lagi sekarang bermunculan minimarket yang membuka tokonya 24 jam sehingga persaingan antara minimarket dengan pedagang menengah semakin tidak seimbang.

Berdasarkan pra riset yang telah dilakukan di Jalan. H.R. Soebrantas Panam Pekanbaru, penjualan usaha retail pada bulan Januari 2012 Rp. 59.000.000 dan penjualan pada bulan Januari 2013 Rp. 50.090.000, penurunan penjualan mencapai 8.910.000. Penurunan ini menyebabkan kelesuan para pedagang yang berada di sekitar minimarket¹⁰.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menuangkan pikiran dan tulisan karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **“PENGARUH KEBERADAAN MINIMARKET ALFAMART TERHADAP OMSET PENJUALAN USAHA RETAILDITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM (Studi Kasus : Alfamart Jl. Delima, Kecamatan Tampan, Pekanbaru)”**.

B. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan masalah

Agar lebih terarah dan memperjelas ruang lingkup dalam penulisan ini, perlu diadakan batasan masalah, penelitian memfokuskan pada

¹⁰ Indra, Wawancara, Pekanbaru, Tanggal 12 Juni 2014

pengaruh keberadaan minimarket Alfamart terhadap tingkat penjualan usaha retail ditinjau menurut ekonomi Islam.

2. Rumusan Masalah

- a. Apakah ada perbedaan rata-rata omset penjualan usaha retail sebelum dan sesudah adanya minimarket Alfamart?
- b. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap pengaruh keberadaan minimarket Alfamart terhadap tingkat penjualan usaha retail?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui perbedaan rata-rata omset penjualan sebelum dan sesudah adanya minimarket Alfamart.
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap pengaruh keberadaan minimarket Alfamart terhadap tingkat penjualan usaha retail.

2. Manfaat Penelitian

- a. Dapat mengetahui perbedaan omset penjualan sebelum dan sesudah adanya minimarket Alfamart.
- b. Dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri yang yang pada dasarnya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan.
- c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan S1 pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau.

D. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan melihat langsung ke lokasi penelitian, penulis mengambil lokasi minimarket Alfamart yang berada di Jl. Delima, Kecamatan Tampan, Pekanbaru karena lokasi penelitian dekat dari tempat tinggal penulis dan banyak terdapat usaha retail yang berada di sekitar minimarket Alfamart yang pada radius 100 m.

2. Sumber Data

a. Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah usaha retail yang berada di sekitar minimarket pada radius 100 m.

b. Objek

Objek penelitian adalah pengaruh keberadaan minimarket..

3. Metode Pengumpulan Data

Dokumentasi yaitu pengumpulan data di dalam penjualan selama setahun dan penyajian data per bulan selama setahun.

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah usaha retail yang berada di sekitar minimarket Alfamart pada radius 100 m. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terdapat 4 usaha retail yang memiliki data tertulis, pengambilan sampel ini berdasarkan usaha retail yang bermodal di antara Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000 dan menjual barang yang sama. karena

jumlah populasinya hanya 4 usaha yang memenuhi persyaratan maka menggunakan teknik *purposive sampling*.

5. Sumber Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari tempat penelitian dengan hasil pengamatan penelitian pada usaha retail yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi dan menjelaskan masalah dari sumber data yang diperoleh dari para pedagang, selain itu pengumpulan data juga dilakukan dengan bahan-bahan bacaan atau literature laporan serta tulisan-tulisan yang ada kaitannya.¹¹

6. Kerangka Berfikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga jual minimarket Alfamart terhadap tingkat keuntungan usaha retail. Penelitian ini terdiri dari 1 variabel independent (X) adalah keberadaan minimarket Alfamart dan 1 variabel dependent (Y) adalah omset penjualan. Untuk mencari hubungan antara X dan Y menggunakan analisa *Paired Sample Test*.

7. Operasional Variabel

X = Keberadaan minimarket Alfamart Jl Delima yang berada di jalan Delima, Kecamatan Tampan, Pekanbaru.

¹¹ Iqbal, Hasan, *Pokok-pokok materi statistic I*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2005), h. 33

Y = Omset Penjualan berdasarkan penjualan tahun 2012 dan 2013 dengan penyajian data perbulan.

8. Hipotesa penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas dapat dirumuskan pada penelitian ini, yaitu :

H₀ = Tidak ada perbedaan omset penjualan sebelum dan sesudah adanya minimarket Alfamart.

H_a = Ada perbedaan omset penjualan sebelum dan sesudah adanya minimarket Alfamart

9. Analisa Data.

Analisa komparatif yaitu membandingkan dua variable atau lebih guna mengetahui adanya perbedaan atau tidak adanya perbedaan. Analisa komparatif dapat dilakukan dengan menggunakan teknik analisis menggunakan uji statistic t dua sampel, dengan rumus :

$$t = \frac{\bar{X} - \bar{Y}}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - \frac{(\sum D)^2}{n}}{n - (n1)}}$$

\bar{X} = rata-rata skor kelompok I

\bar{Y} = rata-rata skor kelompok II

D = jumlah skor kelompok I dan II

n = jumlah pasangan skor.¹²

Untuk membantu dalam pengolahan data tersebut digunakan program SPSS 16.

¹²Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h. 126

E. Sistematika Penulisan

- BAB I** : Pendahuluan, terdiri dari : latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.
- BAB II** : gambaran umum lokasi terdiri dari : sejarah singkat minimarket Alfamart dan keadaan penduduk di Jl Delima, Kecamatan Tampan, Pekanbaru.
- BAB III** : Landasan teori, terdiri dari : pengertian usaha, jenis dan fungsi usaha, penjualan, persaingan usaha, Penjualan dan persaingan usaha dalam Islam
- BAB IV** : Hasil penelitian dan pembahasan : terdiri dari pengaruh keberadaan minimarket Alfamart terhadap tingkat penjualan usaha retail, dan tinjauan ekonomi Islam terhadap keberadaan minimarket Alfamart terhadap tingkat penjualan usaha retail.
- BAB V** : Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran yang diperoleh dari bab sebelumnya dari hasil penelitian.